

การแถลงข่าวการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนกรกฎาคม 2564

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

วันจันทร์ที่ 23 สิงหาคม 2564 เวลา 9.00 น.

ห้องบรรณาธิการ ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์



ภาพรวมการส่งออกเดือนกรกฎาคม 2564

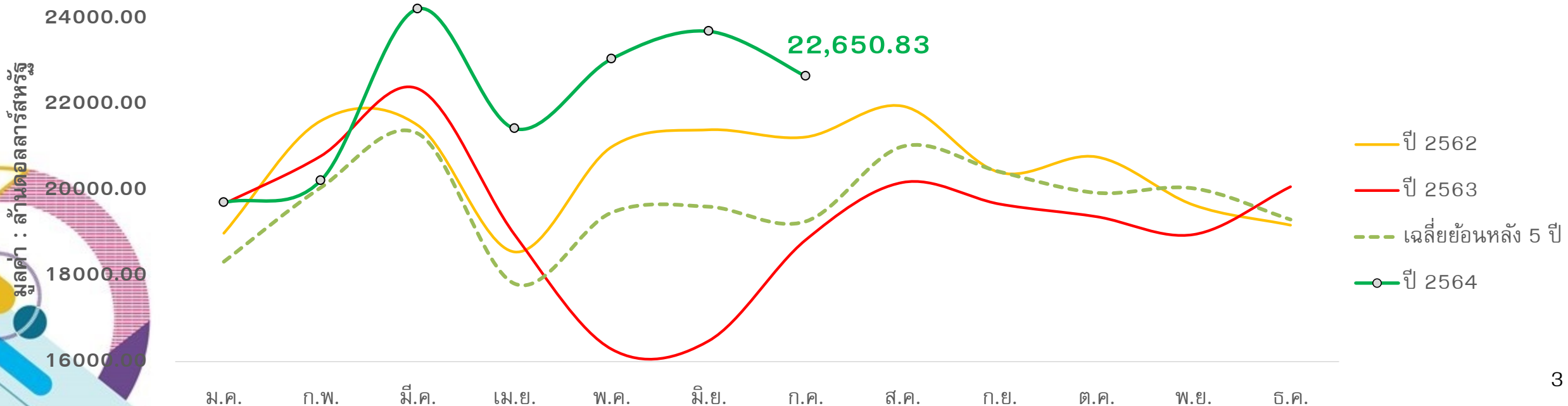
หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ก.ค. 2564 Jul 2021	ม.ค. – ก.ค. 2564 Jan–Jul 2021
มูลค่าการส่งออก (Export value)	22,650.83 +20.27 %	154,985.48 +16.20 %
หักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ	+25.38%	+21.47%
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	22,467.37 +45.94 %	152,362.86 +28.73 %
ดุลการค้า (Trade Balance)	+183.46	+2,622.62

ภาพรวมการส่งออกไทย (ดอลลาร์สหรัฐ)

การส่งออกเดือนกรกฎาคม 2564 มีมูลค่า 22,650.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ที่ร้อยละ 20.27 %YoY โดยมีมูลค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยเดือนกรกฎาคม 5 ปีย้อนหลัง (19,265.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งเกิดจากการดำเนินการตามแผนการส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และปัจจัยจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว +25.38 %YoY สะท้อนการเติบโตจากภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector)

รายการ	2564 ก.ค.	2564 ม.ค.-ก.ค.
มูลค่าส่งออกรวม (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	22,650.83	154,985.48
อัตราขยายตัว (%YoY)	+20.27%	+16.20%
- หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน	+16.59%	+13.84%
- หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมันและทองคำ	+25.38%	+21.44%
หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ	+25.38%	+21.47%

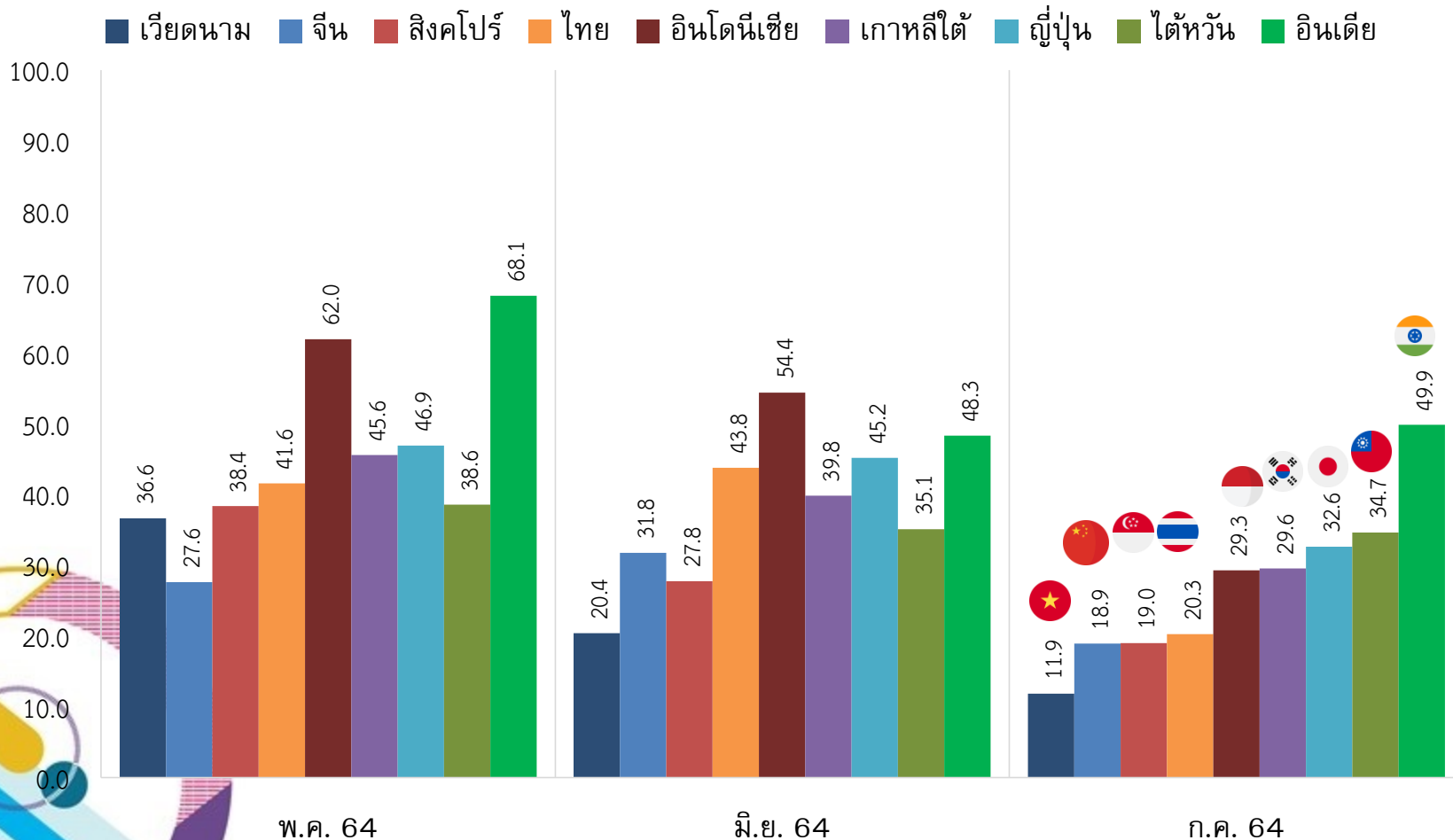
การส่งออกสินค้าของไทย ปี 2562 - 2564



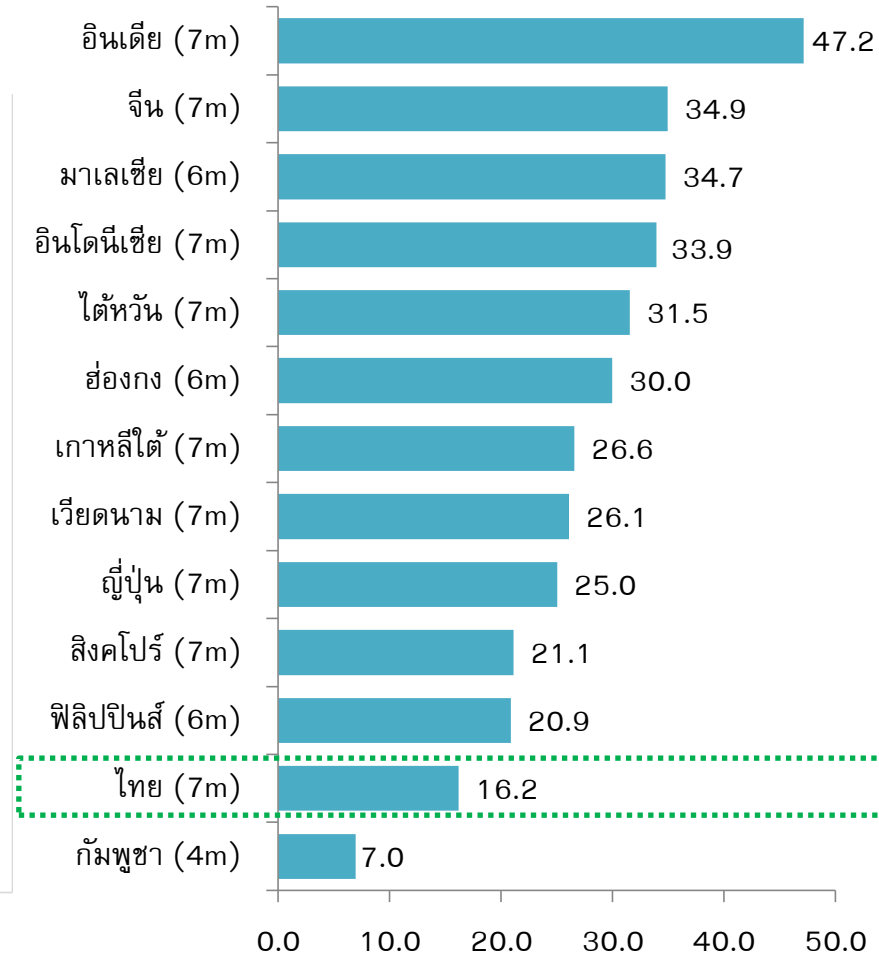
อัตราขยายตัวมูลค่าการส่งออกของภูมิภาคเอเชีย

ในเดือนกรกฎาคม 2564 การส่งออกของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับภูมิภาคเอเชีย

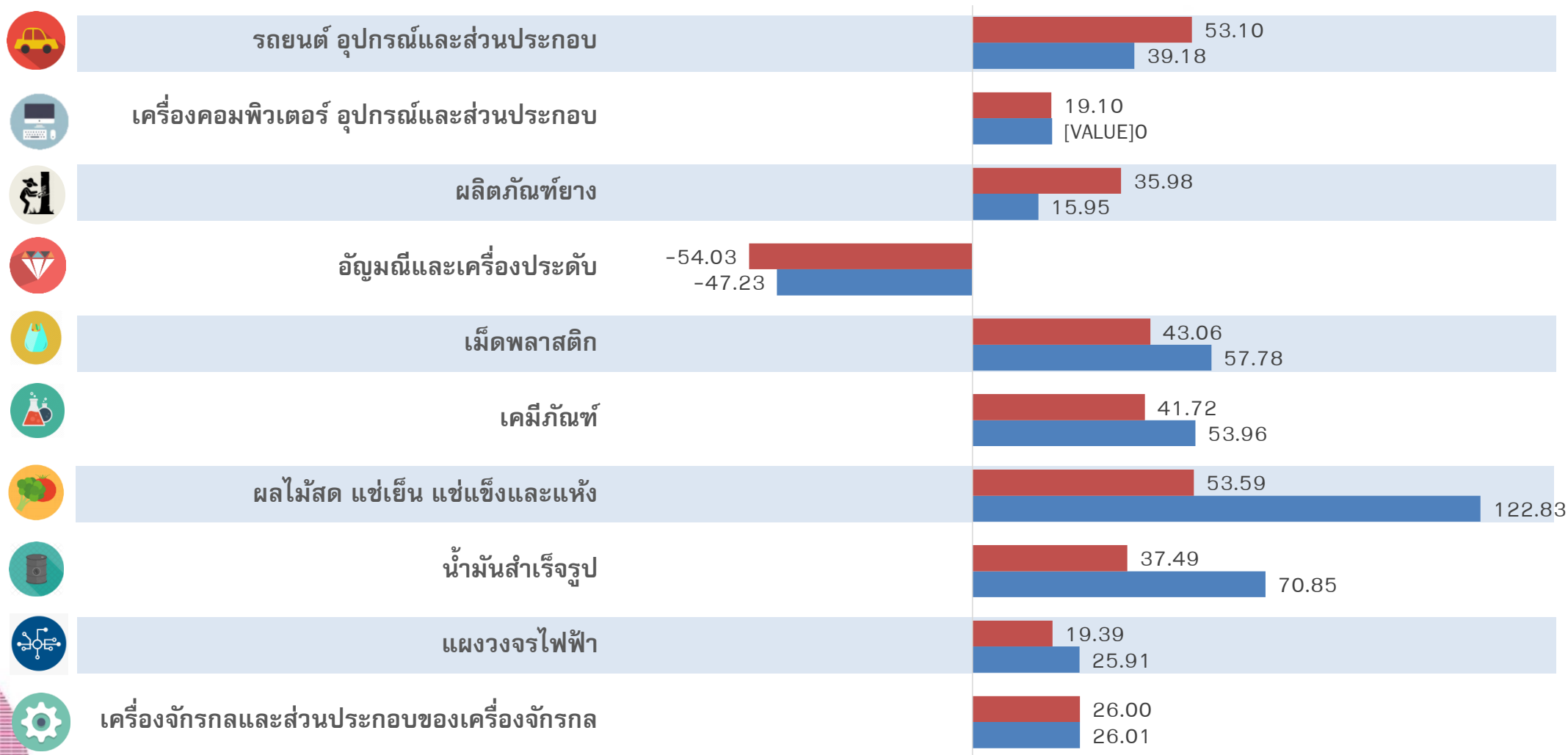
%YoY การส่งออกของเดือน พ.ค. - ก.ค. 64



%YTD การส่งออกของปี 2564



สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก เดือนกรกฎาคม 2564



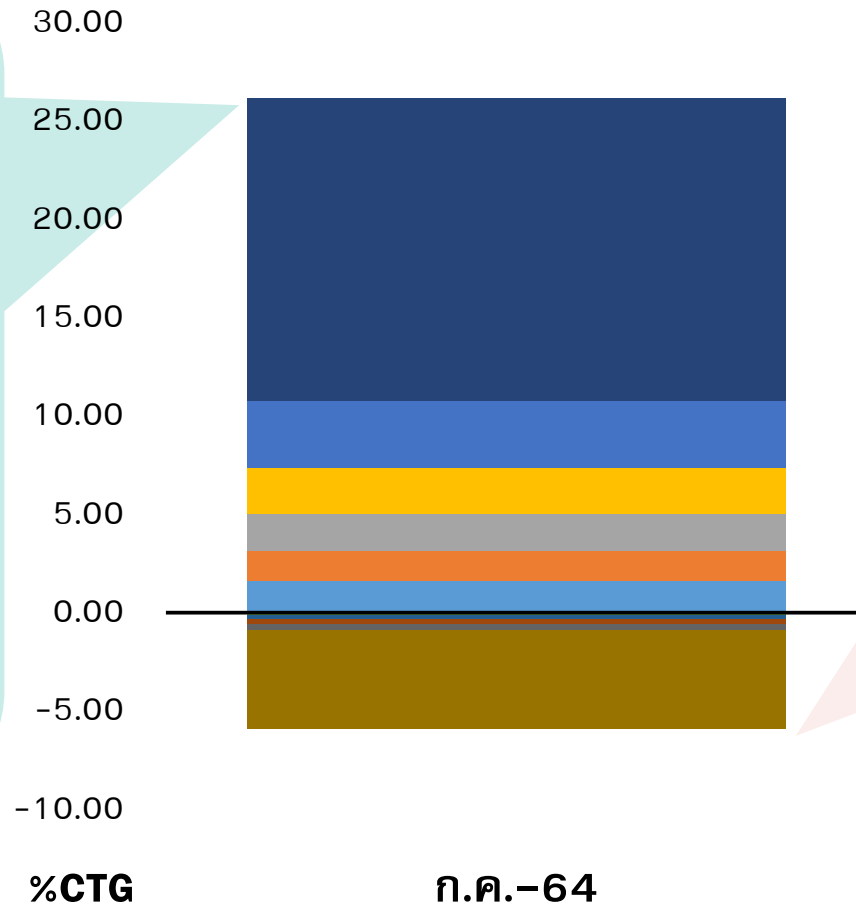
■ ม.ค.-ก.ค. ปี 64 ■ ก.ค. 64

Contribution to growth by Sector

สินค้าสำคัญที่ผลักดันการส่งออก ได้แก่ รถยนต์ ผลไม้สด เม็ดพลาสติก น้ำมันสำเร็จรูป และเคมีภัณฑ์ ขณะที่ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ น้ำตาล และข้าว ชะลอตัว

อัตราการส่งออกขยายตัว 20.27%

- ↑ สินค้าสำคัญที่ผลักดันการส่งออก
- รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ
 - ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง
 - เม็ดพลาสติก
 - น้ำมันสำเร็จรูป
 - เคมีภัณฑ์
 - อื่นๆ



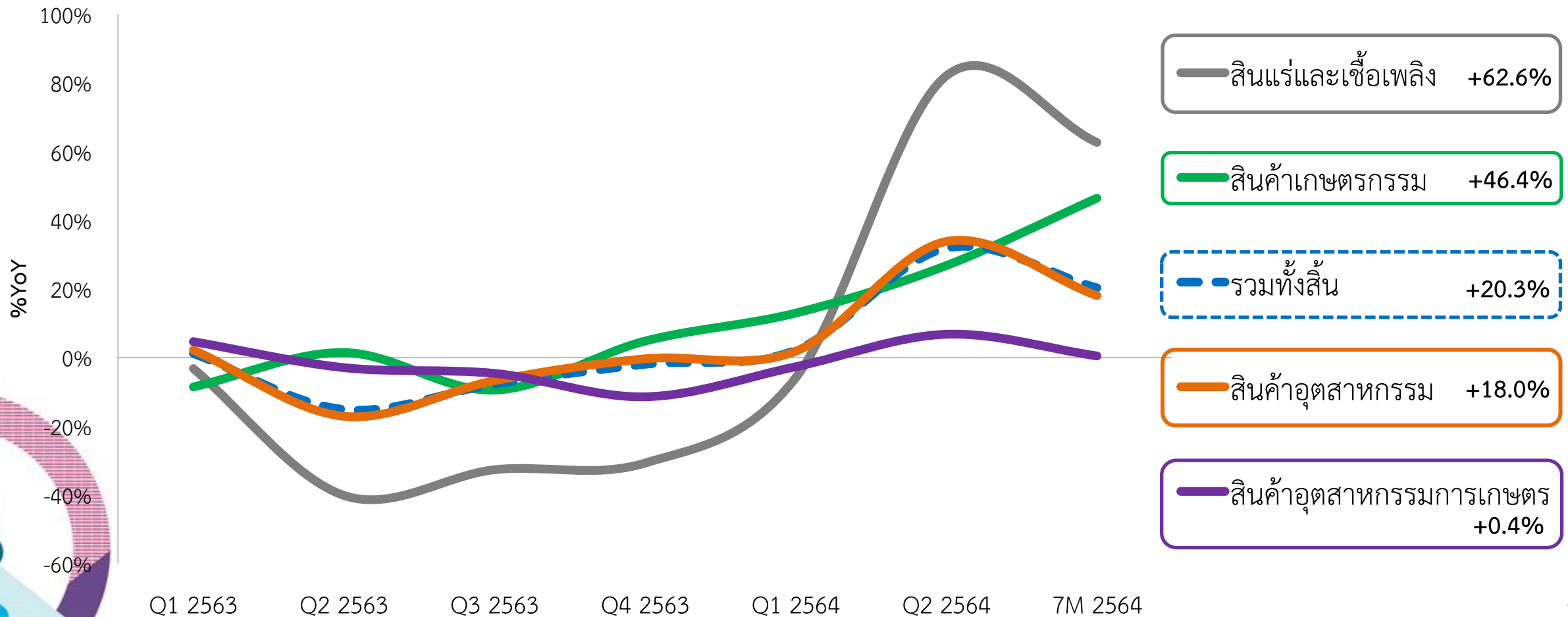
- ↓ สินค้าสำคัญที่กุดดันการส่งออก
- อัญมณีและเครื่องประดับ
 - อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป
 - สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ
 - น้ำตาลทราย
 - ข้าว

การส่งออกรายสินค้า

สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรมีทิศทางการขยายตัวมากขึ้น โดยขยายตัว 24.3% ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8

(จากการขยายตัวของสินค้าเกษตร 46.4% และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัว 0.4%)



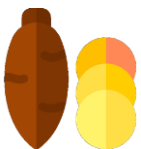

สินค้าอุตสาหกรรมขยายตัว 18.0% และเมื่อหักทองคำ ขยายตัวที่ 28.2% นอกจากนี้สินแร่และเชื้อเพลิงขยายตัวถึง 62.6%





การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (ขยายตัว)





สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 64	
 ผัก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง กระจับปิ้งและ แปรรูป	+80.2	+37.1	ผักและผลไม้ยังคงเป็นที่ต้องการของประเทศคู่ค้า เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีพ อีกทั้งผัก ผลไม้ไทยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในมาตรฐานระดับโลก โดยในเดือน ก.ค. 64 การส่งออกไปยังจีน มาเลเซีย และเนเธอร์แลนด์ขยายตัวถึงร้อยละ 160.3 25.3 และ 137.8 ตามลำดับ
 ยางพารา	+121.2	+67.0	มูลค่าการส่งออกยางพาราเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากราคายางพาราที่ปรับเพิ่มขึ้นเนื่องจากปริมาณน้ำยางออกสู่ตลาดน้อย เป็นผลจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ขาดแคลนแรงงาน ประกอบกับมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ตามการผลิตยางมียาง และอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เริ่มฟื้นตัว โดยการส่งออกไปยังประเทศจีนและสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 129.0 และ 401.6
 ผลิตภัณฑ์ มันสำปะหลัง	+62.0	+48.1	การส่งออกมันสำปะหลังเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานของไทยที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยเฉพาะในตลาดจีน และญี่ปุ่นที่มีการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 75.6 และ 70.8 ตามลำดับ
 ไขมันและน้ำมัน จากพืชและสัตว์	+51.7	+194.1	ความต้องการนำเข้าน้ำมันปาล์มและน้ำมันถั่วเหลืองในหลายตลาดเริ่มกลับมาฟื้นตัวภายหลังการเปิดเศรษฐกิจ โดยการส่งออกน้ำมันปาล์มขยายตัว +66% (ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย +158.8%) และการส่งออกน้ำมันถั่วเหลืองขยายตัว +115.6% (ขยายตัวในตลาดเวียดนาม +203.1%)



การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (ขยายตัว)



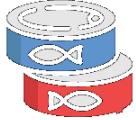



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค. 64	
 อาหารสัตว์เลี้ยง	+17.3	+23.2	กระแสของการทำงานที่บ้าน (WFH) และการใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ทำให้สัตว์เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต อีกทั้งประเทศคู่ค้ามีความเชื่อมั่นในสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่ผลิตจากประเทศไทย ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยขยายตัว สำหรับในเดือน ก.ค. 64 การส่งออกไปยังสหรัฐฯ และอิตาลีขยายตัวร้อยละ 15.3 และ 21.3 ตามลำดับ
 ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	+8.4	+4.2	สินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตและเป็นที่ต้องการของตลาด อีกทั้งความตกลงการค้าเสรีเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะช่วยสร้างแต้มต่อให้กับสินค้าไทย โดยในเดือน ก.ค. 64 ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน เช่น เมียนมา รวมทั้ง จีนได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 80.9 และ 30.0 ตามลำดับ





การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (หดตัว)






สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค. 64	
 อาหารทะเลสด แช่เย็น แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป	-10.0	-7.4	คลัสเตอร์ติดเชื้อจากตลาดอาหารทะเล ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น และการส่งมอบสินค้าทำได้ช้าลงจากมาตรการของประเทศคู่ค้า ส่งผลให้การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องลดลง อย่างไรก็ตาม ภาครัฐได้ดำเนินนโยบายในการสร้างความเชื่อมั่นสินค้าไทยปลอดภัยเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้ประกอบการ
 สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ	-51.6	-24.6	แม้ในภาพรวมการส่งออกสินค้าปศุสัตว์จะลดลงแต่การส่งออกไปยังเวียดนามเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 245.7 เนื่องจากผลผลิตในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และความเชื่อมั่นในคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้าไทย
 ข้าว	-8.0	-28.2	ราคาข้าวขาวของไทยแพงกว่าราคาข้าวของประเทศคู่แข่ง เช่น อินเดีย และเวียดนาม รวมทั้งปัญหาขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ส่งผลให้ต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มขึ้น โดยภาครัฐมีนโยบายที่จะผลักดันตลาดลูกค้าพรีเมียม (ข้าวหอมมะลิ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว) ทั้งนี้ ในเดือน ก.ค. 64 ไทยสามารถส่งออกข้าวหอมมะลิไปยังฮ่องกงและฝรั่งเศสได้เพิ่มขึ้น
 น้ำตาลทราย	-27.6	-37.0	ผลผลิตอ้อยออกสู่ตลาดไม่เพียงพอ เนื่องจากมาตรการควบคุมการระบาดของโควิด-19 ทำให้ขาดแคลนแรงงานต่างด้าว อย่างไรก็ตาม ค่าเงินบาทอ่อนค่าเป็นปัจจัยบวกต่อราคาอ้อยไทย ทำให้สามารถส่งออกน้ำตาลทรายไปยังประเทศในภูมิภาคอาเซียน เช่น ฟิลิปปินส์และกัมพูชาเพิ่มขึ้น



การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (ขยายตัว)






สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 64	
 รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	+39.2	+53.1	การส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 โดยขยายตัวมากขึ้นในตลาดออสเตรเลีย เวียดนาม ญี่ปุ่น จีน และสหรัฐฯ ทั้งนี้ ภาวะการขาดแคลนชิปเพื่อการผลิตรถยนต์มีแนวโน้มดีขึ้น อย่างไรก็ดี ยังคงต้องติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในโรงงานผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดการส่งออกต่อไป
 สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน	+59.0	+40.5	การส่งออกสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมันขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยได้รับปัจจัยบวกจากราคาน้ำมันที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นเหนือระดับ 70 USD/BBL จากความต้องการใช้น้ำมันดิบในสหรัฐฯ และยุโรป โดยเฉพาะภาคขนส่ง รวมถึงการคลายมาตรการล็อกดาวน์ในหลายประเทศ สำหรับสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ เม็ดพลาสติก (สัดส่วนร้อยละ 37) ขยายตัวร้อยละ 57.8 ขยายตัวในตลาดจีน อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย และญี่ปุ่น เคมีภัณฑ์ (สัดส่วนร้อยละ 33) ขยายตัวร้อยละ 54.0 ขยายตัวในตลาดจีน อินเดีย เวียดนาม ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย และน้ำมันสำเร็จรูป (สัดส่วนร้อยละ 28) ขยายตัวร้อยละ 70.9 ขยายตัวในตลาดกัมพูชา สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม และลาว
 อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)	+43.8	+26.5	การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนอุปสงค์ของอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะเครื่องประดับเงิน ซึ่งไทยส่งออกมากเป็นอันดับ 1 ของโลก และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่า ความต้องการโลหะเงินเพื่อการผลิตในปี 64 จะขยายตัวถึงร้อยละ 24 สำหรับ อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ในเดือนนี้ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ ฮองกง อินเดีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์






การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (ขยายตัว)



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 64	
 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	+19.3	+19.1	การส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 เนื่องจากแนวโน้มการใช้คลาวด์ (Cloud Trend) และการทำงานที่บ้าน (Work From Home) ที่เพิ่มขึ้น โดยตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ ฮังกิง จีน และสิงคโปร์
 เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	+59.4	+38.4	การส่งออกขยายตัวจากปัจจัยหนุนทั้งโครงการก่อสร้างภาครัฐ และการก่อสร้าง/การปรับปรุงซ่อมแซมของภาคเอกชนที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องตามสถานการณ์เศรษฐกิจ ประกอบกับราคาเหล็กโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น ทั้งนี้ การส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 โดยตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น อินเดีย และมาเลเซีย
 ผลิตภัณฑ์ยาง	+16.0	+36.0	การส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ตามทิศทางของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีแนวโน้มเติบโตดี ได้แก่ กลุ่มยานยนต์ และอุปกรณ์การแพทย์ โดยยานพาหนะขยายตัวร้อยละ 9.5 และถุ่มีอย่างขยายตัวร้อยละ 20.7 ซึ่งตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น เยอรมนี และออสเตรเลีย



การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (หดตัว)

สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 64	
 เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	-2.9	-0.2	การส่งออกกลับมาหดตัว หลังจากขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน โดยหดตัวในตลาดญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย ขณะที่ตลาดจีน กัมพูชา และมาเลเซีย ยังคงขยายตัว
 ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ	-2.4	+28.3	การส่งออกกลับมาหดตัว หลังจากขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน ทั้งนี้ การส่งออกเดือนก.ค.64 หดตัวเล็กน้อย โดยหดตัวในตลาดญี่ปุ่น เวียดนาม และออสเตรเลีย ขณะที่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อินเดีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สำหรับ 7 เดือนแรกของปี 64 การส่งออกขยายตัวร้อยละ 28.3
 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	-3.9	+4.4	การส่งออกกลับมาหดตัว หลังจากขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน โดยหดตัวในสิงคโปร์ และสหรัฐฯ ขณะที่ตลาดแอฟริกาใต้ อินโดนีเซีย อาร์เจนตินา และญี่ปุ่น ขยายตัว

การส่งออกรายตลาด

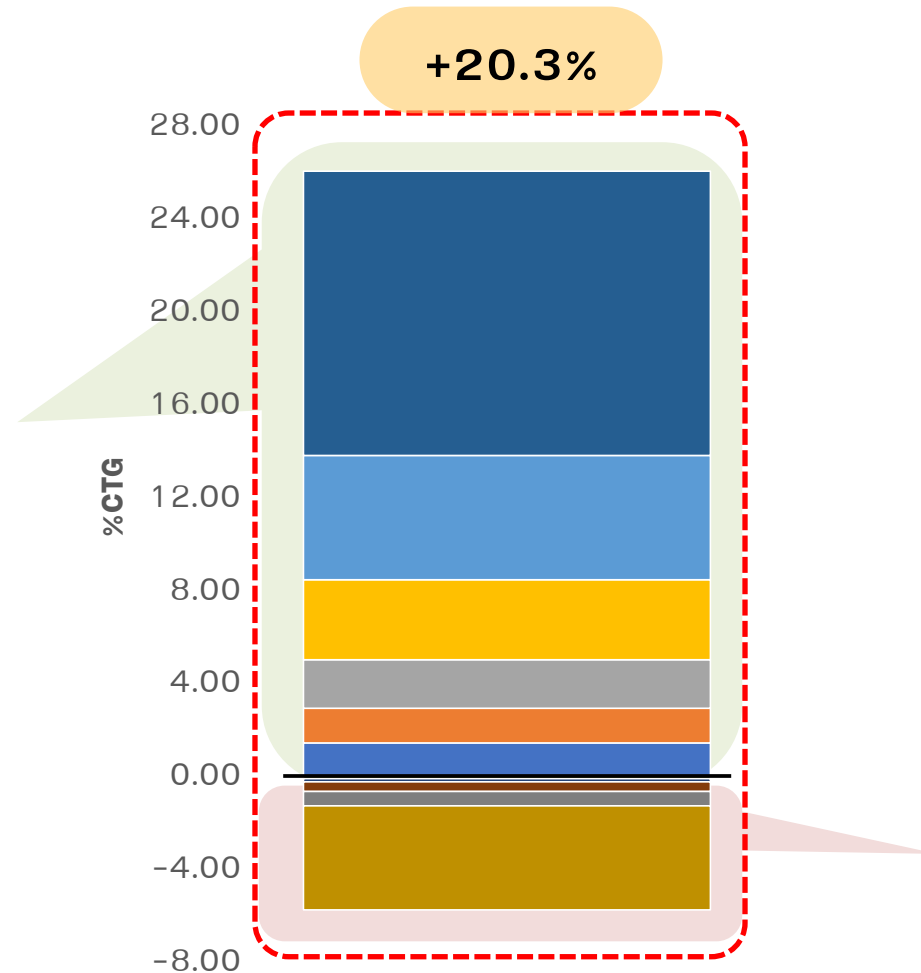
การส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		อัตราการขยายตัว (%YoY)		สัดส่วน (%Share)	
	ก.ค.	ม.ค.-ก.ค.	ก.ค.	ม.ค.-ก.ค.	ก.ค.	ม.ค.-ก.ค.
มูลค่าส่งออกรวม	22,650.8	154,985.5	20.3	16.2	100.0	100.0
1 ตลาดหลัก (Primary Market)	16,090.1	109,304.3	25.8	18.8	71.0	70.5
สหรัฐอเมริกา	3,568.9	23,442.7	22.2	21.2	15.8	15.1
จีน	3,470.9	21,760.1	41.0	27.2	15.3	14.0
ญี่ปุ่น	2,086.6	14,651.6	23.3	14.0	9.2	9.5
อาเซียน (9)	5,228.6	36,880.6	22.1	12.6	23.1	23.8
อาเซียนเดิม (5)	3,005.0	20,291.3	26.9	8.6	13.3	13.1
CLMV (4)	2,223.6	16,589.4	16.1	17.9	9.8	10.7
สหภาพยุโรป (27) (ไม่รวมสหราชอาณาจักร)	1,735.1	12,569.3	20.9	25.8	7.7	8.1
2 ตลาดรอง (Secondary Market)	6,303.6	44,392.2	27.6	24.3	27.8	28.6
เอเชียใต้	909.3	6,295.3	73.8	54.2	4.0	4.1
อินเดีย	655.1	4,486.0	75.3	57.4	2.9	2.9
ทวีปออสเตรเลีย (25)	970.3	7,686.0	-6.8	22.6	4.3	5.0
ตะวันออกกลาง (15)	686.4	5,047.5	12.4	15.9	3.0	3.3
ทวีปแอฟริกา (57)	544.8	3,739.5	17.9	22.6	2.4	2.4
ลาตินอเมริกา (47)	788.7	4,994.9	93.5	46.5	3.5	3.2
กลุ่ม CIS (12) (รวมรัสเซียเดิม)	103.6	709.1	53.0	20.0	0.5	0.5
สหราชอาณาจักร	270.2	2,094.0	16.8	18.3	1.2	1.4
3 ตลาดอื่น ๆ (Others)	257.1	1,289.0	-76.7	-77.1	1.1	0.8

Contribution to growth by Country

การส่งออกเดือนกรกฎาคม 2564 ขยายตัวร้อยละ 20.3 โดยเฉพาะการส่งออกไปจีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินเดีย และอินโดนีเซีย มีส่วนผลักดันการส่งออกให้ขยายตัวสูง ตลาดที่เป็นปัจจัยลบต่อการส่งออก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ไอร์แลนด์ ซาอุดีอาระเบีย ตุรกี

ตลาดที่ผลักดันการส่งออก

- จีน
- สหรัฐอเมริกา
- ญี่ปุ่น
- อินเดีย
- อินโดนีเซีย
- อื่น ๆ



ตลาดที่กุดดันการส่งออก

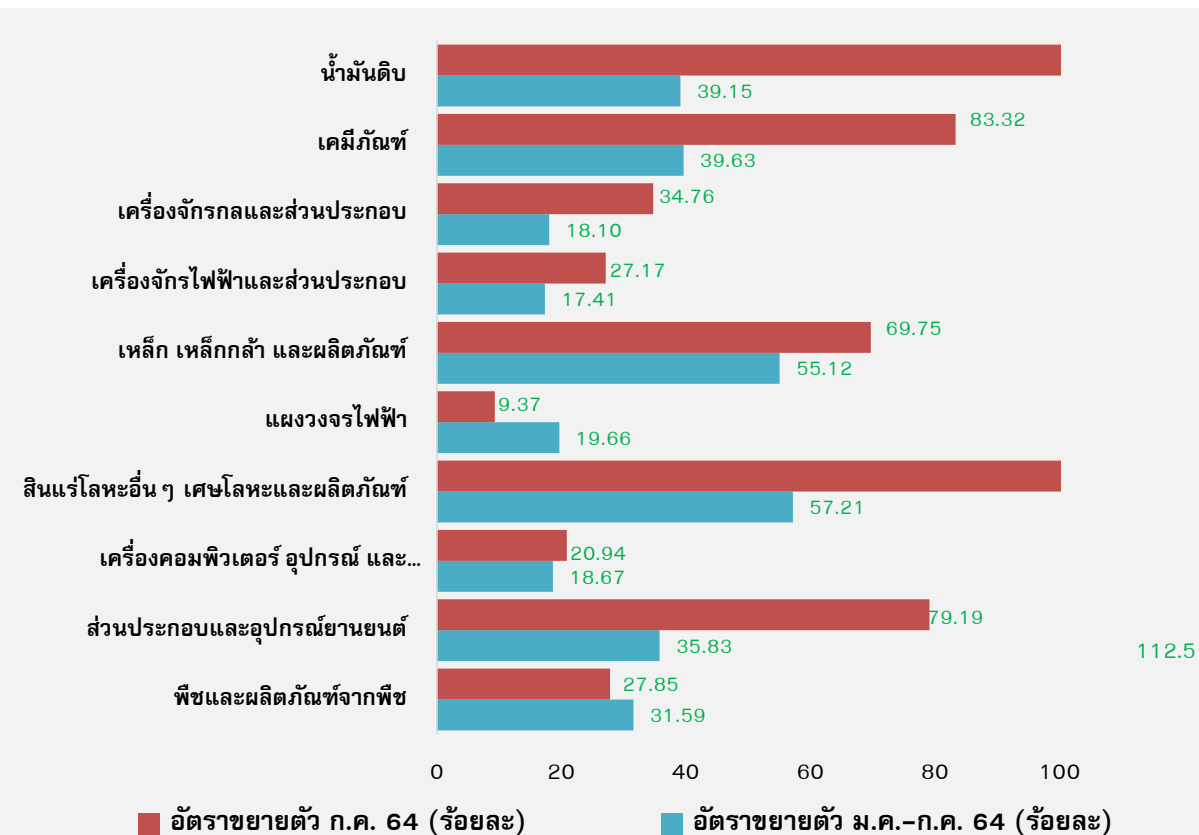
- สวิตเซอร์แลนด์
- ออสเตรเลีย
- ไอร์แลนด์
- ซาอุดีอาระเบีย
- ตุรกี

การนำเข้าสินค้าของไทย กรกฎาคม 2564

การนำเข้าขยายตัวต่อเนื่องจากการเติบโตของการผลิตเพื่อการส่งออก โดยมีสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป สินค้าเชื้อเพลิง ขยายตัวดี

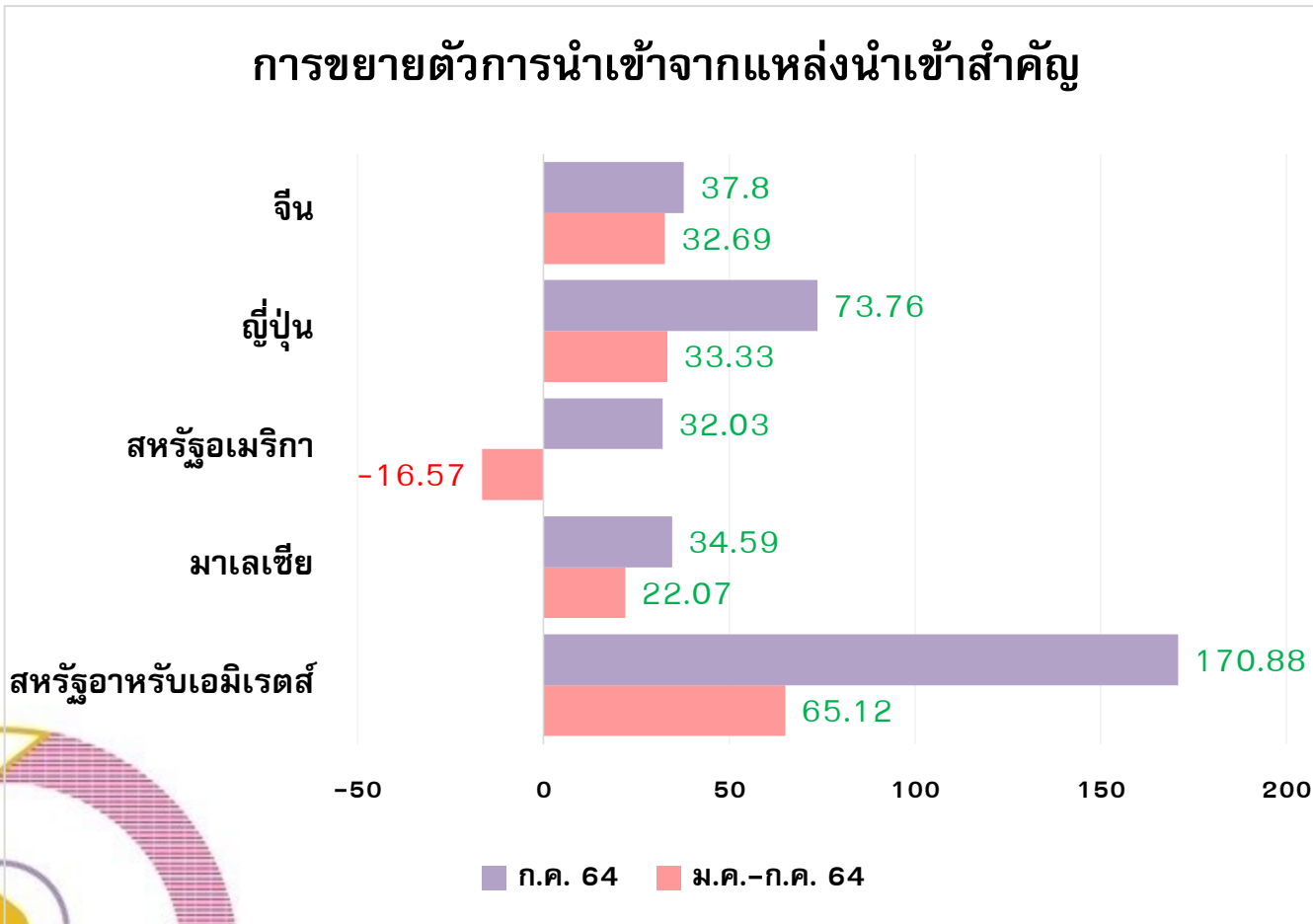
รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	
	ก.ค. 64	ม.ค. - ก.ค. 64
การนำเข้ารวม	22,467.37 (45.94%)	152,362.86 (28.73%)
1. สินค้าเชื้อเพลิง	3,394.85 (74.36%)	21,529.97 (30.99%)
2. สินค้าทุน	5,758.47 (35.38%)	37,184.61 (19.10%)
3. สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป	9,539.17 (51.51%)	67,008.56 (40.31%)
4. สินค้าอุปโภคบริโภค	2,562.05 (17.04%)	17,751.98 (19.61%)
5. ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง	1,199.05 (75.40%)	8,674.07 (34.81%)
6. อื่น ๆ	13.77 (-45.64%)	213.67 (-87.23%)

การขยายตัวของสินค้านำเข้า 10 อันดับแรก



แหล่งนำเข้าสินค้าสำคัญของไทย กรกฎาคม 2564

การขยายตัวการนำเข้าจากแหล่งนำเข้าสำคัญ



แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

- **จีน** แหล่งนำเข้าอันดับ 1 ขยายตัว 37.8% จากการนำเข้าเครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (21.5%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (21.8%) เครื่องคอมพิวเตอร์ (35.4%) เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน (6.8%) เคมีภัณฑ์ (76.4%)
- **ญี่ปุ่น** แหล่งนำเข้าอันดับ 2 ขยายตัว 73.8% จากการนำเข้าเหล็ก เหล็กกล้า (154.4%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (51.1%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (43.2%) ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ (182.2%) เคมีภัณฑ์ (151.9%)
- **สหรัฐอเมริกา** ขยายตัว 32.0% จากการขยายตัวของการนำเข้าเคมีภัณฑ์ (31.9%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (86.4%) แผงวงจรไฟฟ้า (2.2%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (20.3%) ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ (144.3%)
- **มาเลเซีย** ขยายตัว 34.6% จากการนำเข้าน้ำมันดิบ (1,046.0%) เคมีภัณฑ์ (81.0%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (4.8%)
- **สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์** ขยายตัว 170.9% จากการนำเข้าน้ำมันดิบ (65.3%) ผลิตภัณฑ์โลหะ (358,933.3%) น้ำมันสำเร็จรูป (532.8%)

ปัจจัยสนับสนุนการส่งออกของไทย

1

ทิศทางกระทรวงพาณิชย์ปี 2564
และการแก้ไขปัญหาภัยใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

แผนงานที่เริ่มต้นใหม่ในปี 2564 มี 3 ส่วน

1. การดำเนินงานยุทธศาสตร์ "ตลาดนำการผลิต"
2. การเร่งจัดการนำรายได้เข้าประเทศ มุ่งเน้นทำให้ความสำคัญกับภาคบริการควบคู่ไปกับภาคการผลิต
3. มุ่งเน้นการทำงานกับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคเอกชนในระดับสากล กอ.พาณิชย์

ประกอบด้วย **14** แผนงาน

1 ประกันรายได้ปี 2 ดำเนินโครงการประกันรายได้เกษตรกรปีที่ 2	2 พาณิชย์ "ลดราคา! ช่วยประชาชน" โครงการพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน ลงลึกระดับตำบล	3 เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด	4 อาหารไทย อาหารโลก และมุ่งเน้นการส่งออกอาหารปลอดภัยและมีมาตรฐานสูง	5 ใช้ความสำคัญกระชับทุกภาคส่วน การก้าวข้ามผ่านภัยพิบัติและสร้างแพลตฟอร์มกลาง	6 พัฒนาคุณภาพการค้าทางตรง ให้ทันภาคบริการ กิจกิน	7 พัฒนาคุณภาพการค้าทางตรง ให้ทันภาคบริการ กิจกิน ส่งเสริม SME และ Micro SME และใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น blockchain
8 เสริมแกร่งออนไลน์ทุก New Normal	9 เดินนำการค้าข้ามแดน และการค้าข้ามแดนเชิงรุก พาณิชย์รุก โลก	10 ส่งเสริมการค้าทางพาณิชย์ การค้าทางพาณิชย์	11 ส่งเสริมการค้าทางพาณิชย์ การค้าทางพาณิชย์	12 พัฒนาบริการการค้าทางตรง และประเมินเชิงรุก E-Government 2.0	13 พัฒนาบริการการค้าทางตรง และประเมินเชิงรุก E-Government 2.0	14 พัฒนาบริการการค้าทางตรง และประเมินเชิงรุก E-Government 2.0

การทำงานอย่างหนักของกระทรวงพาณิชย์

2

Source: OECD

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

การดำเนินการส่งเสริมการส่งออกตามแผนงานกระทรวงพาณิชย์ ในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2564

- มาเลเซียส่งสัญญาณนำเข้าข้าวจากไทยเพิ่มขึ้นช่วยครึ่งหลังของปี 2564
- การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Seoul Food 2021
- จัดกิจกรรม Thai Fair โปรโมตสินค้าไทยในห้างญี่ปุ่น
- โปรโมทข้าวไทยในอียิปต์
- จัดกิจกรรมโปรโมตร้านอาหาร Thai SELECT ช่วยเพิ่มยอดขาย
- พัฒนาแดชบอร์ดสินค้าทุเรียน ช่วยวางแผนการผลิตและการตลาด
- จัดทำแผนเร่งรัดการส่งออกสินค้าที่ตอบโจทย์เมกะเทรนด์ของโลก
- ผลักดัน 7 มาตรการ อำนวยความสะดวกส่งออก-นำเข้าช่วงโควิด-19
- แก้ไขปัญหาการขนส่งมังคุดไปตลาดจีน
- แก้ต่างการทุ่มตลาดสินค้าแผ่นทองแดงและทองแดงเจือในอินเดีย
- แก้ปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ให้เข้าสู่ภาวะสมดุล
- โครงการ “จับคู่กู้เงิน” สถาบันการเงินกับ SMEs ส่งออก เพื่อช่วยเหลือ SMEs ที่ประกอบกิจการส่งออก





2

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ



การเติบโตของเศรษฐกิจที่เป็นตลาดส่งออกหลัก อาทิ สหรัฐฯ อีแคว จีจีน



ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่า



ราคาน้ำมันดิบยังคงอยู่ในระดับสูงกว่าปีก่อนหน้า

สามารถดาวน์โหลดเอกสารประกอบแถลงข่าวได้ที่
www.tpsso.moc.go.th หรือสแกน QR Code

